

27.04.2021 - 12:36 Uhr

Rockstar entfacht neue Energie auf der ganzen Welt



Neu-Isenburg (ots) -

- Die beliebte Energy-Drink Marke des PepsiCo Konzerns baut globales Wachstum weiter aus
- Rockstars neue Kampagne "Life is Your Stage" geht im Mai weltweit online
- Neues Design und neue Sorte Rockstar Energy + HEMP sorgen für Furore

Mit dem Launch der internationalen Kampagne "Life is Your Stage" sowie einem mutigen Statement-Look und einer tollkühnen Attitüde begeistert die Energydrink-Marke Rockstar Konsument*innen auf der ganzen Welt. Das sind die ersten internationalen Aktivitäten der Brand, seit sie 2020 vom zweitgrößten, börsennotierten Nahrungsmittelkonzern der Welt PepsiCo erworben wurde. Ziel ist, die Bekanntheit von Rockstar zu steigern, um so innerhalb der nächsten drei Jahre in doppelt so vielen Märkten vertreten zu sein.

Rockstar steht nicht mehr nur für Rock'n'Roll, sondern für viel mehr:

Das Leben ist eine Bühne, auf der wir jeden Tag alles geben, mit Herzblut, Mut und Energie. "Life is Your Stage" heißt daher die neue Rockstar Kampagne, welche genau die Alltagsperformer feiert, die mit positiver Einstellung, dem nötigen Biss und Entschlossenheit ihre Visionen und Ziele vorantreiben - jeden Tag aufs Neue.

Im Mittelpunkt des Auftakts der deutschen "Life is Your Stage" Kampagne steht seit April eine Rapperin: Im Clip ist zu sehen, wie sie ihr Leben zu ihrer Bühne macht. Vom DIY-Aufnahmestudio bis hin zu stundenlanger Kreation neuer Raps - diese Alltagsheldin hat den Mut und das Durchhaltevermögen ihr volles Potenzial mit Hilfe von Rockstar Energy1 zu entfalten. Konsument*innen dürfen gespannt bleiben, denn die große Equity Kampagne zu Rockstar Original mit einem weiteren Alltagshelden wird Ende Mai 2021 gelauncht.

Passend zu diesem mitreißendem Auftakt steht die neue Energy-Sorte Rockstar + HEMP vor der Tür, die das Rockstar Portfolio gleich in drei leckeren Geschmacksrichtungen mit dem Top-1-Ingredient "Hanfsamenextrakt" ergänzt: "Tropical Burst" kreierte mit einem Saftanteil von acht Prozent tropische Momente mit Apfelsaftkonzentrat, Mangomarkkonzentrat und Guavenmarkkonzentrat. Die Sorte "Original" hat den unvergleichlichen Rockstar Energy Geschmack mit Noten von Hanfsamen, Taurin und Guarana. Bei dem Energy-Drink "Prickly Cactus" trifft der prickelnde Geschmack von Kaktuswasser-Noten auf den fruchtig-säuerlichen Charakter von Orangen. Durch diese ungewöhnliche Kombination entstehen intensive Geschmackserlebnisse.

"Wir freuen uns, dass wir nun endlich durch den Design-Relaunch das Scheinwerferlicht auf unseren Rockstar Energy-Drink richten können", so Isabel Teves, Beverages Lead DACH von PepsiCo: "Überall auf der Welt und damit auch in Deutschland steigt der Wunsch nach funktionalen Getränken, und zu diesen gehören auch Energy-Drinks. Mit unserem neuen Design wollen wir ebenfalls neu definieren, wie unsere Konsument*innen Rockstar Energy wahrnehmen und genießen. Wir möchten hart arbeitende und passionierte Menschen, die Dinge anpacken und weiterkommen wollen, mit unserer neuen Attitüde feiern!"

In Deutschland ist Rockstar seit 2008 am Markt, und auch hier ist es das erste Mal, dass die Marke ein komplett überarbeitetes Design bekommt. Mit der neuen visuellen Identität, die intern vom PepsiCo Global Design Team kreierte wurde, wird der Energy-

Drink zukünftig noch ein größerer Hingucker. Das modernisierte und ikonische Stern-Logo wird durch eine aufgefrischte Farbpalette von metallischem Gold und Schwarz das gesamte Portfolio erneuern. Dazu sagt Stephen White, Senior Director, Design, PepsiCo Global Beverages: "Wir freuen uns darüber den neuen Designauftritt international auf das nächste Level zu bringen. Mit der neuen Markenidentität hoffen wir Rockstar Energy aufwerten zu können und die Marke damit noch begehrenswerter für Konsument*innen zu machen."

Hintergrund der neuen internationalen Kampagne waren Interviews mit weltweit über 3.000 Konsument*innen, die umfangreiche Einblicke in lokale Besonderheiten ermöglicht haben. Um den eigenen Konsument*innen noch näherzukommen und auf ihre Bedürfnisse einzugehen, hat Rockstar 60 verschiedene Varianten der Helden-Clips produziert und entwickelt dazu weitere lokal angepasste Inhalte, die mehr als 30 verschiedene Märkte überall auf der Welt ansprechen werden

Neben dem Energie spendenden Inhaltsstoff Vitamin B, enthalten Rockstar Energy-Drinks auch Ginseng und Taurin. Seit PepsiCo die Übernahme von Rockstar verkündet hat, hat sich die Reichweite der Marke massiv erhöht. Aktuell sind Rockstar Produkte in 20 verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich, wozu unter anderem auch komplett zuckerfreie Varianten gehören.

Weitere Informationen gibt es online unter:

- www.rockstarenergydrink.de

- www.facebook.com/rockstarenergygermany/

- <https://www.instagram.com/rockstargermany/>

* * *

Über Rockstar Energy

Rockstar wurde 2001 gegründet und vertreibt über 20 Rockstar Energy-Produkte, die in mehr als 30 Ländern weltweit in Convenience- und Lebensmittelgeschäften erhältlich sind. Zudem bietet Rockstar einen kühnen, erfrischenden Energieschub innerhalb einer großen Varietät an Geschmacksrichtungen. PepsiCo übernahm Rockstar, den Marktführer für Flavored Energy-Drinks, im März 2020.

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren. PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Adriana Cerami

Lead Corporate Communications D/A/CH

PepsiCo Deutschland GmbH

Hugenottenallee 173

63263 Neu-Isenburg

Telefon: +49 152 546 169 80

E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



*Mit dem Launch der internationalen Kampagne "Life is Your Stage" sowie einem mutigen Statement-Look und einer tollkühnen Attitüde begeistert die Energydrink-Marke Rockstar Konsument*innen auf der ganzen Welt. Das sind die ersten internationalen Aktivitäten der Brand, seit sie 2020 vom zweitgrößten, börsennotierten Nahrungsmittelkonzern der Welt PepsiCo erworben wurde. Ziel ist, die Bekanntheit von Rockstar zu steigern, um so innerhalb der nächsten drei Jahre in doppelt so vielen Märkten vertreten zu sein. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*



Mit dem Launch der internationalen Kampagne "Life is Your Stage" sowie einem mutigen Statement-Look und einer tollkühnen Attitüde begeistert die Energydrink-Marke Rockstar Konsument*innen auf der ganzen Welt. Das sind die ersten internationalen Aktivitäten der Brand, seit sie 2020 vom zweitgrößten, börsennotierten Nahrungsmittelkonzern der Welt PepsiCo erworben wurde. Ziel ist, die Bekanntheit von Rockstar zu steigern, um so innerhalb der nächsten drei Jahre in doppelt so vielen Märkten vertreten zu sein. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100869545> abgerufen werden.